

## Audio Digital Werbeformen Standards

Als Orientierungshilfe und mit dem Ziel der Erhöhung der Marktransparenz stellt die Fachgruppe Audio Digital im BVDW insgesamt sechs Standardwerbeformen und Sonderwerbeformen für digitale Audio-Werbung vor. Als Standard gelten künftig Pre- und In-Stream Audio Ads sowie Audio+Display Ads. Zulässige Sonderwerbeformen berücksichtigen Presenting, On Air Promotions und Infomercials. Ziel der nachstehenden Standardisierung ist, die neuen Werbeformen zu etablieren und damit Planungssicherheit für Werbetreibende, Mediaplaner und Vermarkter im Audio-Digital-Segment zu schaffen. Individuelle Gestaltung und Einbindung der Werbeformen unterliegen dabei stets den jeweils anwendbaren gesetzlichen Bestimmungen, unter Beachtung des Trennungsgebots.

### I. Standardwerbeformen Audio Digital

#### 1. Pre- und In-Stream Audio Ads

**Pre-Stream Audio Ads** sind Spots, die unmittelbar vor dem Start eines Audio-Streams ausgeliefert werden. Sie sind maximal 30 Sekunden lang, wobei 15 bis 20 Sekunden empfohlen werden. Pro Stream-Start wird üblicherweise ein Pre-Stream Audio Ad eingesetzt. Technisch können Spots verwendet werden, die auch in UKW-Programmen eingesetzt werden. Eine Auslieferung ist sowohl stationär als auch mobil in Radio Apps möglich.

**In-Stream Audio Ads** sind Spots, die im laufenden Audio-Stream platziert werden. Sie können unterschiedlich lang sein, jedoch nicht länger als 60 Sekunden. Gängig sind 15 bis 30 Sekunden. In-Stream Audio Ads können entweder als Single Ads, d. h. für sich allein stehende Spots, oder im Werbeblock mit weiteren Spots platziert werden. Technisch können Spots verwendet werden, die auch in UKW-Programmen eingesetzt werden. Eine Auslieferung ist sowohl stationär als auch mobil in Radio Apps möglich.

#### 2. Audio+Display Ads

**Audio+Display Ads** meinen die Auslieferung eines klickbaren Display Ads synchron zu einem Pre-Stream oder In-Stream Audio Ad. Als Display Ads können standardisierte Formate (z. B. Skyscraper, Superbanner, Wallpaper) und Sondergrößen genutzt werden. Auf diese Weise ist die auditive Unterstützung des Display Ads möglich. Ihre Auslieferung kann entweder direkt im Player oder an diversen Stellen der Website erfolgen und ist stationär als auch mobil in Radio Apps möglich.

### II. Sonderwerbeformen Audio Digital

#### 1. Presenting

Ein **Presenting** ist die ganz- oder teilweise finanzielle Unterstützung einer Webradiosendung, einer Sendestrecke oder eines kompletten Webradios. Das Presenting ist meist vorproduziert und beinhaltet in der Regel die Nennung des Kunden sowie dessen Claim. Der Presenting-Hinweis wird am Anfang und Ende einer Sendung bzw. Sendestrecke platziert. Neben vorproduzierten Presentings sind auch live vom Moderator vorgetragene Nennungen möglich.

## 2. On Air Promotions

**On Air Promotions** sind redaktionelle Gewinnspiele, bei denen von Kunden zur Verfügung gestellte Preise ausgelobt werden. Auf das Gewinnspiel kann in moderativen Teasern und vorproduzierten Trailern hingewiesen werden. Als werbliche Aussage erfolgt die Nennung des unterstützenden Kunden und seines Claims.

## 3. Infomercials

**Infomercials** umfassen die Integration von Kundennennungen, Werbeaussagen und Produktinformationen in einer speziellen Platzierung im laufenden Programm. Infomercials werden erkennbar vom redaktionellen Programm abgegrenzt. Sie werden vollständig vom Kunden bezahlt. Die synchrone Auslieferung eines klickbaren Display Ads ist ergänzend möglich. Sie können unterschiedlich lang sein, jedoch nicht länger als 90 Sekunden. Gängig sind 30 bis 60 Sekunden. Sie werden in der Regel für erklärungsbedürftige Produkte genutzt. Die redaktionelle Anmutung mit z. B. dem Einsatz von Experten und O-Tönen verschafft ihnen hohe Glaubwürdigkeit.

# Audio Digital Werbeformen

Standardwerbeformen

Sonderwerbeformen

Pre-Stream  
Audio Ads,  
In-Stream  
Audio Ads

Audio+  
Display Ads

Presenting

On Air  
Promotions

Infomercials